

Tetiana Botsian,
Uniwersytet Wrocławski, Wrocław, Polska

Utylitarystyczne podejście do oceny moralności społecznej odpowiedzialności biznesu

Próby stosowania etyki w tym czy innym sektorze zaczyna się od teorii utylitarystycznej. Utylitaryzm [łac. utilitas - korzyść, zysk] - to filozoficzna i ideologiczna zasada, że każde zjawisko naturalne i kulturowo-historyczne nie jest postrzegane w swojej specyfice, ale tylko jako środek do celu - zewnętrznej korzyści [1, s. 463]. Istnieje wiele poważnych studiów na temat utylitaryzmu i wiele różnych jego wersji [2; 3; 4] ale we wszystkich chodzi o to, że czynienie dobra jest moralnością. Ocena moralności może być przeprowadzona tylko i wyłącznie przez ocenę skutku działania. Co da lepsze rezultaty, co będzie bardziej użyteczne to będzie moralnym. Według klasycznego formułowania fundatora utylitaryzmu Benthama moralne albo użyteczne jest to, co przynosi największe szczęście największej liczbie ludzi [2].

W publikacji zostanie sprawdzona możliwość stosowania tej teorii do potrzeb oceny społecznie odpowiedzialnych działań biznesowych.

Utylitarysty w różnych okresach czasu dają różne odpowiedzi na dwa pytania, które są słabościami stosowania teorii utylitarystycznej: 1) co jest dobre oraz 2) o czyje dobro chodzi [5]. Oni. Odpowiedź na pierwsze pytanie alternatywnie zaczyna się od przyjemności, dobrobytu i kończy się szczęściem. Odpowiedź na drugie pytanie też nie oznacza dokładnego kręgu osób. Poza tym, czy będziemy mogli uzyskiwać użyteczność większości, kiedy mniejszość znosi cierpienia?

Dla przykładu czy możemy uznać za moralne działania korporacji, która korzysta z pracy dzieci w Uzbekistanie do wytwarzania swoich produktów i płaci im za to grosze [6, s. 23]. Dzieci często chorują na nieuleczalne choroby które prowadzą do poważnego cierpienia lub śmierci. Jednocześnie akcjonariusze spółki otrzymują dywidendy, pracownicy firmy płace, państwo Uzbekistan podatki dochodowe oraz kupujący tanie produkty wysokiej jakości. Czy taka firma jest społecznie odpowiedzialna? Teoria utylitarystyczna mówi że tak, ponieważ celem moralności jest maksymalizacja użyteczności. Chociaż mamy prawo także mówić odwrotnie o tym przypadku wobec cierpienia dzieci.

Czy firma jest odpowiedzialna społecznie jeśli produkuje części samochodów które mają pewne wady i prowadzą do wypadków? Czy jest odpowiedzialna firma która zamiast naprawić dopuszczone do sprzedaży samochody płaci ofiarom ? Akcja płatności może być rozpatrywana oddzielnie jako pomoc społeczna. Ale biorąc pod uwagę fakt możliwości powrotu na rynek samochodów kładzie się jednak cieniem na społeczne znaczenia takiego projektu. A jeśli założymy, że takie działania zostały podjęte w wyniku porównania kosztów pomocy i kosztów zwracania samochodów to pomoc ofiarom wygląda na bluźnierstwo.

Jak się wydaje, słabością teorii utylitarystycznej jest stosowanie skutków bez kierunku działalności. Ale w społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) nie tylko skutki mają wartość, również zachowanie biznesu. "Musimy zmienić dialog z tego co robimy z pieniędzmi które są zarobione, na to jak robimy pieniądze. Istnieje etyczny sposób prowadzenia firmy i bycia rentownym" - powiedziała Indra Nooyi, Prezes i Dyrektor Generalny PepsiCo, Stany Zjednoczone, na 44-tym Światowym Forum Ekonomicznym w Davos, Szwajcaria, 22 stycznia 2014 roku [7]. Zatem, jeżeli chodzi o to jak trwa proces, wtedy już nie możemy stosować teorii utylitarystycznej. Żeby mówić o moralności CSR musimy robić analizy nie tyle skutków ale także samego procesu tej działalności. To powoduje, że taki rodzaj analizy jak „cost-benefit”, „input-output” nie może być zastosowane do CSR, a w przypadku ich stosowania wyniki tej analizy nie będą miały żadnej wartości.

CSR będzie moralne tyle wtedy kiedy nikt z interesariuszy nie będzie miał negatywnych skutków dla siebie.

Osiągnięto następujące wnioski. 1. Klasyczna teoria utylitarystyczna ma poważne słabości w stosowaniu jej do oceny moralności CSR. 2. Utylitarystyczne metody analizy „cost-benefit”, „input-output” nie mogą być zastosowane do oceny CSR. 3. Ocena moralności CSR potrzebuje również oceny skutków interesariuszy biznesu (społeczeństwo, środowisko i akcjonariusze).

Literatura:

1. Философский словарь / авт.-сост. С. Я. Подопрigора, А. С. Подопрigора. — Изд. 2-е, стер. — Ростов н/Д : Феникс, 2013.
2. Bentham, J. *Wprowadzenie do zasad moralności i prawodawstwa*. Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1958.
3. Klimowicz, E. *Utylitaryzm w etyce*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1974.
4. Mill, J.S. *Utylitaryzm*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1979.
5. Jackson, J. *Biznes i moralność*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. (ISBN 83-01-12897-6)

6. Brudny zysk. *Jak korporacje, banki i fundusze inwestycyjne czerpią zyski z łamania praw człowieka*. Grodzisk: dBPrint Polska sp z o.o., Fundacja CentrumCSR.PL 2013 (ISBN 978-83-937969-0-8)

7. World Economic Forum Annual Meeting 2014 (2014, January 22). *Doing Business the Right Way*. Retrieved January 25, 2014, from <http://www.weforum.org/sessions/summary/doing-business-right-way>